

3. Pakhomova T., Vasilieva, P., Piddubtseva, O., Rezunova, O., Serdiuchenko, Y. Education in Universities in the Context of Distance Education. *Journal of Higher Education Theory and Practice*. 2022. № 22 (6). P. 190–199. <https://doi.org/10.33423/jhetp.v22i6.5241>. URL: <https://www.proquest.com/openview/674b43cc41ae2271d68ef5c13b14ed4c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=766331>. (дата звернення: 10.04.2023).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-300-5-31>

ЛІНГВІСТИЧНИЙ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАЗВ-ПРИЗВИСЬК СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

Філатова О. О.

*кандидат філологічних наук
старший викладач кафедри романо-германських мов
Національна академія Служби Безпеки України
м. Київ, Україна*

Увага лінгвістичних досліджень завжди була і залишається прикута до вивчення прийомів та засобів поповнення лексичного складу англійської мови. Причиною цього стає необхідність позначати та відобразити у мові динамічні екстралінгвальні процеси, такі як розвиток науки та техніки, глобалізаційний розвиток країн, міжкультурні контакти, вдосконалення інформаційних технологій тощо. За визначенням Ю. А. Зацного «Часте повторення і відтворення таких мовних одиниць призводить до їх переходу з мовленнєвої до мовної системи, а вже потім вони фіксуються словниками, адже чим більша соціальна значущість інформації, тим більша ймовірність віднести цю лексичну одиницю до активного словника» [1, с. 16].

В процесі вивчення англійської мови, а особливо під час курсу «Лінгвокраїнознавство англійськомовних країн», користувачі часто стикаються з назвами країн, регіонів, окремих областей. Інтересу підлягають не лише нові назви, а і вже існуючі. Часто виникає питання, чому країна чи регіон отримали ту чи іншу назву. Взагалі наймінг, або назовництво – процес надзвичайно складний та багатоаспектний. «Назовництво передбачає не тільки вибір або створення назви, а ще й перевірку майбутньої назви на співзвучність, легкість для вимови та запам'ятовування, комплексне дослідження її сприйняття цільовою аудиторією, визначення патентної чистоти фонетики назви [2].

«Історично більшість країн «випадково» отримали назви, що утворилися від назв народів і племен, що їх населяли, від назв імперій та імен королів, які ними керували, від назв видатних географічних об'єктів місцевості або від якогось слова мови місцевих аборигенів» [3, с. 216].

Сполучені Штати Америки – країна з порівняно молодою історією, важливими соціально-історичними подіями, які вплинули не тільки на її економічне та соціальне зростання, але також і на поповнення словникового складу англійської мови. Кількість штатів постійно змінювалась, що знайшло ключове відображення в національному прапорі – 13 смужок символізують перші 13 штатів-колоній, а 50 зірок – загальну кількість штатів в сучасній країні – Сполучених Штатах Америки.

Назва кожного штату, а також столиці має свою цікаву історію. Але в цій публікації будуть розглянуті передумови появи назв-прізвиськ кожного штату. Перше, що зацікавлює як мовознавця, так і користувача англійської мови це той факт, що більшість з назв-прізвиськ є офіційними. Вони являються певним брендом та дуже часто використовуються в маркетингових стратегіях – туристичний бізнес, продаж сувенірної продукції з відповідними логотипами тощо.

Серед найпопулярніших прийомів та засобів надання штатам прізвиськ є:

- співвідношення з фактичною інформацією, яка відображає
- географічні особливості (*Arizona*: The Grand Canyon State, *Massachusetts*: The Bay State, *Michigan*: The Great Lakes State, *Minnesota*: The North Star State, *South Dakota*: The Mount Rushmore State);
- історичні події (*Colorado*: The Centennial State, *Connecticut*: The Constitution State, *Delaware*: The First State, *Maryland*: The Old Line State, *Nevada*: The Battle Born State, *New York*: The Empire State, *Tennessee*: The Volunteer State, *Texas*: The Lone Star State, *Virginia*: Old Dominion, *Wyoming*: The Equality State);
- природні особливості (*Arkansas*: The Natural State, *Illinois*: The Prairie State, *Kentucky*: The Bluegrass State, *Maine*: The Pine Tree State, *New Jersey*: The Garden State, *New Mexico*: The Land of Enchantment, *North Dakota*: The Peace Garden State, *Ohio*: The Buckeye State, *Rhode Island*: The Plantation State, *South Carolina*: The Palmetto State, *Washington*: The Evergreen State, *Vermont*: The Green Mountain State, *West Virginia*: The Mountain State);
- представника флори (*Kansas*: The Sunflower State, *Mississippi*: The Magnolia State);
- представника фауни (*Alabama*: The Yellowhammer State, *Louisiana*: The Pelican State, *Oregon*: The Beaver State, *Utah*: The Beehive State, *Wisconsin*: The Badger State);

- корисні копалини, які видобувають в регіоні (*California*: The Golden State, *Idaho*: The Gem State, *Montana*: The Treasure State, *New Hampshire*: The Granite State, *North Carolina*: Tar Heel State, *Pennsylvania*: The Keystone State);
- сільське господарство, характерне для регіону (*Georgia*: The Peach State, *Nebraska*: Cornhusker State);
- кліматичні особливостями, характерні для регіону (*Florida*: The Sunshine State);
- асоціація з популярним персонажем з книги про регіон (*Iowa*: The Hawkeye State);
- асоціація з фразами та висловленнями місцевих жителів (*Hawaii*: The Aloha State, *Indiana*: The Hoosier State);
- пропозитивна номінація, що позначає історичні події (*Missouri*: The Show-Me State, *Oklahoma*: The Sooner State);
- аббревіація до висловлення відомого в регіоні (Washington, DC: The DMV Department of Motor Vehicles).

Дослідження назв та термінів дуже цікавий та важливий процес. Саме знання та розуміння передумов появи тієї чи іншої назви створює позитивну мотивацію під час навчання та вивчення іноземної мови загалом та англійської мови зокрема. Цей процес пов'язує знання мови, історії, географії та економіки країни мова якої вивчається. Перспективами подальших досліджень можна зазначити подальше вивчення топонімів та їх виникнення з лінгвістичної та екстралінгвістичної точки зору.

Література:

1. Зацний Ю. А. Соціолінгвістичні аспекти вивчення словникового складу сучасної англійської мови : навч. посібник / Зацний Ю. А., Пахомова Т. О., Зацна В. Ю.: Запоріжжя : ЗДУ, 2004. 284 с.
2. Неймінг. Вікіпедія. URL.: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Неймінг>
3. Фоменко О. С. Про деякі особливості неймінгу в національному брендингу. *Нова філологія*. 2011. № 46. С. 216–220.